

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

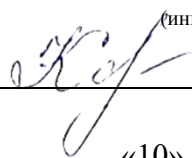
Руководитель образовательной программы

доц., к. филос. н.

(должность, уч. степень, звание)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Потребительское поведение в туристской индустрии»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Туризм
Наименование направленности/ специализации	Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2026

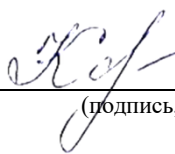
Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.ф.н.

(должность, уч. степень, звание)



09.02.2026

(подпись, дата)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)



10.02.2026

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель

(должность, уч. степень, звание)



10.02.2026

(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Потребительское поведение в туристской индустрии» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.02 «Туризм» направленности/специализации «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-1 «Способен обеспечивать партнерское взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами, организовывать и управлять комплексом мероприятий по оказанию туристских услуг»

ПК-2 «Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно- правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами потребительского поведения в туристской индустрии: психологические и социологические основы потребительского поведения, модели принятия решений о покупке туристских продуктов, факторы влияния (культурные, социальные, личностные, психологические), мотивация и ценности туристов, сегментация потребителей, маркетинговые коммуникации и их воздействие на поведение, цифровое потребительское поведение, лояльность и качество обслуживания, а также практические методы изучения и анализа потребительских предпочтений.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия (семинары), самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета (9 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины «Потребительское поведение в туристской индустрии» является формирование у обучающихся системы знаний, умений и навыков в области анализа и прогнозирования потребительского поведения в сфере туризма, необходимых для эффективного взаимодействия с потребителями, организации клиентоориентированного обслуживания и разработки успешных туристских продуктов. Дисциплина направлена на решение следующих задач:

- освоение теоретических основ потребительского поведения (психологических, социологических, экономических аспектов);
- изучение моделей принятия решений о покупке туристских продуктов;
- формирование знаний о факторах, влияющих на потребительский выбор в туризме (культурных, социальных, личностных, психологических);
- развитие умений анализировать мотивацию и ценности туристов, сегментировать потребителей;
- приобретение навыков применения методов исследования потребительского поведения (опросы, наблюдения, анализ данных);
- изучение влияния маркетинговых коммуникаций и цифровых технологий на поведение туристов;
- формирование компетенций по управлению качеством обслуживания и повышению лояльности потребителей.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен обеспечивать партнерское взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами, организовывать и управлять комплексом мероприятий по оказанию туристских услуг	ПК-1.3.1 знать современные технологии взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами, а также документы по обеспечению качества организации досуга и событий в сфере туристских услуг ПК-1.В.1 владеть навыками взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами; навыками управления изменениями состава туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста и осуществлять поиск туристских продуктов, наиболее отвечающих требованиям туристов по срокам, цене и уровню качества обслуживания
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен организовать процесс обслуживания	ПК-2.В.1 владеть методами изучения требований туристов, анализа мотивации спроса на реализуемые туристские

	потребителей на основе нормативно- правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	продукты и тенденций их динамики
--	---	----------------------------------

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Маркетинг в профессиональной деятельности;
- Социология;
- Социальная психология;
- Экономика;
- Статистика;
- Организация туристской деятельности;
- Технология формирования турпродукта.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Инновации в туризме;
- Интернет-маркетинг;
- Производственная преддипломная практика;
- Государственная итоговая аттестация.

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№9
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа, всего (час)	74	74
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Зачет,	Зачет,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 9					
Раздел 1. Основы потребительского поведения	4	4	—	—	16
Тема 1.1. Сущность и значение потребительского поведения в туризме. Эволюция подходов.	2	2	—	—	8
Тема 1.2. Модели потребительского поведения: психологические и экономические подходы.	2	2	—	—	8
Раздел 2. Факторы влияния на потребительское поведение	4	4	—	—	18
Тема 2.1. Культурные и социальные факторы (культура, субкультура, социальный класс, референтные группы, семья).	2	2	—	—	8
Тема 2.2. Личностные и психологические факторы (мотивация, восприятие, обучение, установки, эмоции, личностные характеристики).	2	2	—	—	10
Раздел 3. Процесс принятия решения о покупке	3	3	—	—	14
Тема 3.1. Модель процесса принятия решения о покупке: осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, покупка, послепокупочное поведение.	2	2	—	—	8
Тема 3.2. Типы покупательского поведения (сложное, поисковое, неуверенное, привычное). Особенности принятия решений в туризме.	1	1	—	—	6
Раздел 4. Сегментация и мотивация потребителей	3	3	—	—	12
Тема 4.1. Сегментация туристского рынка по поведенческим и психографическим критериям.	2	2	—	—	6
Тема 4.2. Мотивация туристов: теории мотивации (А. Маслоу, Д. МакКлелланд). Туристские мотивы и их классификация.	1	1	—	—	6
Раздел 5. Управление потребительским поведением	3	3	—	—	14
Тема 5.1. Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей.	2	2	—	—	8
Тема 5.2. Лояльность потребителей и качество обслуживания. Методы изучения удовлетворённости клиентов.	1	1	—	—	6
Итого в семестре:	17	17	—	—	74
Итого	17	17	0	0	74

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
Раздел 1	Основы потребительского поведения
Тема 1.1	Сущность и значение потребительского поведения в туризме. Потребитель как центральный объект маркетинга. Эволюция подходов к изучению потребительского поведения (экономический, поведенческий, когнитивный). Специфика туристских услуг и их влияние на поведение потребителей.
Тема 1.2	Модели потребительского поведения: психологические модели (модель Айзена, теория запланированного поведения), экономические модели (модель рационального выбора), комплексные модели (модель Блэкуэлла-Миниарда-Энджела). Применение моделей в туризме.
Раздел 2	Факторы влияния на потребительское поведение
Тема 2.1	Культурные факторы: культура, субкультура (этническая, религиозная, географическая), социальный класс. Социальные факторы: референтные группы (семья, друзья, коллеги), роли и статусы. Влияние на выбор туристских продуктов.
Тема 2.2	Личностные факторы: возраст, жизненный цикл семьи, род занятий, экономическое положение, образ жизни, личностные черты. Психологические факторы: мотивация, восприятие, обучение, убеждения и установки, эмоции и настроения. Применение в туризме.
Раздел 3	Процесс принятия решения о покупке
Тема 3.1	Модель процесса принятия решения о покупке: осознание потребности (стимулы), поиск информации (внутренний и внешний), оценка альтернатив (критерии выбора), решение о покупке, послепокупочное поведение (удовлетворённость/неудовлетворённость).
Тема 3.2	Типы покупательского поведения по классификации Ф. Котлера: сложное (высокая вовлечённость, существенные различия между брендами), поисковое (высокая вовлечённость, малые различия), неуверенное (низкая вовлечённость, существенные различия), привычное (низкая вовлечённость, малые различия). Особенности принятия решений в туризме (высокая вовлечённость, эмоциональность).
Раздел 4	Сегментация и мотивация потребителей
Тема 4.1	Сегментация туристского рынка: географическая, демографическая, психографическая (образ жизни, ценности, личностные черты), поведенческая (поводы для покупки, искомые выгоды, статус пользователя, степень лояльности). Примеры для туристских продуктов.
Тема 4.2	Мотивация туристов: теории мотивации (пирамида потребностей А. Маслоу, теория ERG Альдерфера, теория приобретённых потребностей Д.

	МакКлелланда). Классификация туристских мотивов (отдых, познание, самореализация, социальное признание). Туристская мотивация как основа формирования продукта.
Раздел 5	Управление потребительским поведением
Тема 5.1	Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, цифровые коммуникации. Формирование отношения к продукту. Создание позитивного имиджа и бренда.
Тема 5.2	Лояльность потребителей: понятие, виды, программы лояльности. Качество обслуживания как фактор удовлетворённости. Методы изучения удовлетворённости клиентов (опросы, NPS (Net Promoter Score), жалобы и предложения). Управление потребительским поведением через качество сервиса.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 9					
1	Анализ моделей потребительского поведения. Сравнительная характеристика.	Семинар-дискуссия	2	2	1
2	Анализ факторов, влияющих на выбор туристского продукта (кейс: выбор тура).	Групповая работа (анализ кейса)	2	2	2
3	Ролевая игра «Мотивация туриста: выявление потребностей и подбор тура».	Ролевая игра	2	2	2
4	Моделирование процесса принятия решения о покупке тура (по этапам).	Практическое занятие (моделирование)	2	2	3
5	Сегментация туристского рынка: разработка профиля целевого сегмента.	Практическое занятие (аналитическое)	2	2	4
6	Классификация и анализ туристской мотивации (на конкретных	Семинар-дискуссия	1	1	4

	примерах).				
7	Разработка программы лояльности для туристского предприятия.	Проектная работа (групповая)	2	2	5
8	Анализ влияния цифровых коммуникаций на потребительское поведение в туризме.	Кейс-стади	2	2	5
9	Защита проектных заданий по теме «Потребительское поведение».	Защита проектов	2	2	1-5
Всего			17	17	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 9, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	30	30
Курсовое проектирование (КП, КР)	—	—
Расчетно-графические задания (РГЗ)	—	—
Выполнение реферата (Р)	12	12
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	10	10
Контрольные работы заочников (КРЗ)	—	—
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	12	12

Всего:	74	74
--------	----	----

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.com/ Режим доступа: по подписке	Хокинс, Д. И. Потребительское поведение: стратегический подход : учебник / Д. И. Хокинс, Д. Л. Мадер, Р. Дж. Бест ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 550 с.	
URL: https://urait.ru/bcode/568345 Режим доступа: по подписке	Овсянникова, Е. А. Потребительское поведение в туризме : учебное пособие / Е. А. Овсянникова. – Москва : Юрайт, 2026. – 320 с.	
URL: https://znanium.com/ Режим доступа: по подписке	Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент (главы о поведении потребителей) / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб. : Питер, 2023. – 480 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	<i>Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри</u> ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</i>

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
-------	--------------

1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
Электронные библиотечные ресурсы и системы	
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
Информационные и справочно-правовые системы	
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель;	

	технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1	Сущность и значение потребительского поведения в туризме. Эволюция подходов.	ПК-1.3.1
2	Модели потребительского поведения: психологические и экономические подходы.	ПК-1.3.1
3	Культурные и социальные факторы влияния на потребительское поведение.	ПК-1.3.1
4	Личностные и психологические факторы влияния на потребительское поведение.	ПК-1.3.1
5	Модель процесса принятия решения о покупке: этапы и их характеристика.	ПК-1.3.1, ПК-1.В.1
6	Типы покупательского поведения (по классификации Ф. Котлера).	ПК-1.3.1

7	Сегментация туристского рынка по поведенческим и психографическим критериям.	ПК-1.В.1
8	Мотивация туристов: теории мотивации и их применение в туризме.	ПК-2.В.1
9	Классификация туристских мотивов.	ПК-2.В.1
10	Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей.	ПК-1.3.1, ПК-1.В.1
11	Лояльность потребителей в туризме: понятие, виды, программы лояльности.	ПК-1.В.1
12	Качество обслуживания как фактор удовлетворённости и лояльности туристов.	ПК-1.В.1
13	Методы изучения удовлетворённости клиентов (опросы, NPS, анализ жалоб).	ПК-2.В.1
14	Особенности принятия решений при покупке туристских услуг (высокая вовлечённость, эмоциональность).	ПК-1.3.1
15	Референтные группы и их влияние на выбор туристского продукта.	ПК-1.3.1
16	Семья как фактор потребительского поведения в туризме. Роли в принятии решений.	ПК-1.3.1
17	Восприятие и его роль в потребительском поведении. Особенности восприятия в туризме.	ПК-1.3.1
18	Установки и убеждения потребителей, их изменение под влиянием маркетинга.	ПК-1.3.1
19	Эмоциональные аспекты потребительского поведения в туризме.	ПК-1.3.1
20	Цифровое потребительское поведение: влияние социальных сетей, отзывов, контента.	ПК-1.В.1
21	Послепокупочное поведение: удовлетворённость, диссонанс, повторные покупки.	ПК-1.В.1
22	Методы изучения мотивации туристов (опросы, глубинные интервью).	ПК-2.В.1
23	Программы лояльности в туризме: примеры, эффективность.	ПК-1.В.1
24	Влияние качества обслуживания на поведение потребителей: теория и практика.	ПК-1.В.1, ПК-2.В.1

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какая модель потребительского поведения предполагает, что потребитель действует рационально, взвешивая издержки и выгоды при выборе туристского продукта? а) Психологическая модель б) Экономическая модель (рационального выбора) с) Когнитивная модель д) Поведенческая модель	ПК-1.3.1 ПК-1.В.1

	2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие факторы относятся к внешним факторам влияния на потребительское поведение в туризме? a) Культурные факторы b) Социальные факторы c) Личностные характеристики d) Мотивация 3. Прочитайте текст и соотнесите модели потребительского поведения с их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC. <table><tr><th>Модель</th><th>Характеристика</th></tr><tr><td>A) Экономическая модель</td><td>1) Поведение определяется установками и восприятием</td></tr><tr><td>B) Психологическая модель</td><td>2) Максимизация полезности при ограниченных ресурсах</td></tr><tr><td>C) Комплексная модель</td><td>3) Сочетание рациональных и иррациональных факторов</td></tr><tr><td>D) Когнитивная модель</td><td>4) Информационная обработка и принятие решений</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность этапов эволюции подходов к изучению потребительского поведения. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Поведенческий подход (бихевиоризм) 2) Экономический подход (рациональный выбор) 3) Когнитивный подход (информационная обработка) 4) Современный интегративный подход 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Почему изучение потребительского поведения имеет особое значение в туристской индустрии? Приведите не менее трёх аргументов.	Модель	Характеристика	A) Экономическая модель	1) Поведение определяется установками и восприятием	B) Психологическая модель	2) Максимизация полезности при ограниченных ресурсах	C) Комплексная модель	3) Сочетание рациональных и иррациональных факторов	D) Когнитивная модель	4) Информационная обработка и принятие решений	
Модель	Характеристика											
A) Экономическая модель	1) Поведение определяется установками и восприятием											
B) Психологическая модель	2) Максимизация полезности при ограниченных ресурсах											
C) Комплексная модель	3) Сочетание рациональных и иррациональных факторов											
D) Когнитивная модель	4) Информационная обработка и принятие решений											
2	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какая группа факторов влияния на потребительское поведение включает возраст, род занятий, экономическое положение и образ жизни? a) Культурные факторы b) Социальные факторы c) Личностные факторы d) Психологические факторы 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.	ПК-2.В.1										

	Какие факторы относятся к социальным факторам влияния на потребительское поведение? a) Референтные группы b) Семья c) Личностные черты d) Социальный класс 3. Прочитайте текст и соотнесите факторы влияния с их примерами в туризме. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС. <table><tr><td>Фактор</td><td>Пример</td></tr><tr><td>А) Культурный</td><td>1) Влияние блогеров на выбор отеля</td></tr><tr><td>В) Социальный</td><td>2) Предпочтение религиозных туров в определённых регионах</td></tr><tr><td>С) Личностный</td><td>3) Выбор тура в зависимости от возраста туриста</td></tr><tr><td>Д) Психологический</td><td>4) Желание самореализации через экстремальный туризм</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность влияния уровней культуры на потребителя (от самого широкого к узкому). Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Культура в целом 2) Субкультура (этническая, региональная) 3) Социальный класс 4) Семья и референтная группа 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Проанализируйте влияние референтных групп на выбор туристского продукта. Какие типы референтных групп наиболее значимы для туристов? Приведите примеры.	Фактор	Пример	А) Культурный	1) Влияние блогеров на выбор отеля	В) Социальный	2) Предпочтение религиозных туров в определённых регионах	С) Личностный	3) Выбор тура в зависимости от возраста туриста	Д) Психологический	4) Желание самореализации через экстремальный туризм	
Фактор	Пример											
А) Культурный	1) Влияние блогеров на выбор отеля											
В) Социальный	2) Предпочтение религиозных туров в определённых регионах											
С) Личностный	3) Выбор тура в зависимости от возраста туриста											
Д) Психологический	4) Желание самореализации через экстремальный туризм											

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный курс дисциплины «Потребительское поведение в туристской индустрии» направлен на формирование у студентов системных знаний о факторах, моделях и механизмах принятия решений потребителями в туризме. Лекции проводятся с использованием мультимедийных презентаций, демонстрацией примеров из практики, анализом реальных кейсов из деятельности туроператоров и турагентов.

Рекомендации студентам:

- Перед каждой лекцией ознакомьтесь с планом занятия и базовыми понятиями (потребительское поведение, мотивация, сегментация, лояльность и др.) по рекомендованной литературе.
- Ведите конспект: фиксируйте определения, классификации, модели, этапы принятия решений, а также примеры из практики туристских компаний.
- Обращайте внимание на практические кейсы: как разные факторы влияют на выбор туристов, как компании управляют потребительским поведением.
- После лекции дополните конспект, используя материалы из ЭИОС ГУАП, где размещены презентации и дополнительные тексты.
- Вопросы, вызвавшие затруднения, записывайте для обсуждения на практических занятиях.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Практические занятия проводятся в форме семинаров-дискуссий, ролевых игр, анализа кейсов, групповых проектов. Их цель – закрепить теоретические знания и сформировать практические навыки анализа потребительского поведения, сегментации, разработки программ лояльности.

Рекомендации студентам:

- Заблаговременно ознакомьтесь с планом практического занятия и списком источников для подготовки.
- Для анализа кейсов используйте реальные примеры из деятельности туристских предприятий (можно использовать официальные сайты, отзывы, исследования).
- При подготовке к ролевым играм («Мотивация туриста») продумайте сценарий, возможные вопросы и способы выявления потребностей.
- В ходе групповых проектов (разработка программы лояльности, профиля сегмента) активно участвуйте, предлагайте идеи, аргументируйте свои решения.
- Результаты практических работ оформляйте в виде отчётов, презентаций или письменных выводов.

Требования к проведению практических занятий:

- Занятия проводятся в аудиториях, оснащённых мультимедийным оборудованием (проектор, экран, компьютер).
- Для работы с кейсами может потребоваться доступ к интернету для поиска информации.
- Результаты групповых проектов защищаются в виде презентаций.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

Учебным планом не предусмотрено.

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет ему развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Самостоятельная работа включает изучение теоретического материала, подготовку реферата, выполнение домашних заданий и подготовку к зачету. Общий объём – 74 часа.

Виды самостоятельной работы и их организация:

- Изучение теоретического материала (30 час) – работа с учебниками, конспектами лекций, дополнительной литературой. Рекомендуется составлять глоссарий, схемы, таблицы по каждому разделу.

- Выполнение реферата (12 час) – темы согласуются с преподавателем (например, «Влияние социальных сетей на поведение туристов», «Мотивация в экологическом туризме», «Программы лояльности в туризме»). Реферат должен содержать: введение (актуальность, цель, задачи), основную часть (2–3 главы), заключение (выводы, практические рекомендации), список литературы (не менее 10 источников). Объём – 10–15 страниц, шрифт Times New Roman 14, интервал 1,5.

- Подготовка к текущему контролю (10 час) – повторение терминов, прохождение тестов для самопроверки в ЭИОС, подготовка ответов на вопросы для опросов.

- Выполнение домашнего задания (10 час) – например, анализ потребительского профиля для конкретного тура, разработка анкеты для опроса туристов, анализ отзывов. Оформление: 3–5 страниц печатного текста, с указанием использованных источников.

- Подготовка к зачету (12 час) – повторение всех тем, проработка вопросов к зачету, составление кратких ответов (тезисов) на каждый вопрос.

Рекомендации:

- Планируйте время равномерно в течение семестра.
- Используйте для поиска материалов не только учебную литературу, но и актуальные исследования, отчёты, аналитику (ЮНВТО, Ростуризм, профессиональные журналы).
- В реферате и проектных работах обязательно приводите конкретные примеры и ссылки на источники.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль осуществляется на протяжении семестра и включает:

- Устные опросы на практических занятиях – оценка знаний и понимания материала.

- Проверка реферата – оценивается глубина проработки темы, самостоятельность, корректность оформления.

- Выполнение домашних заданий – проверка умения анализировать и синтезировать информацию.

- Тестирование – проводится по завершении разделов (в электронной форме) для выявления уровня усвоения теории.

- Оценка участия в ролевых играх и групповых проектах – оцениваются коммуникативные навыки, креативность, способность работать в команде.

Рекомендации студентам:

- Регулярно посещайте занятия и активно участвуйте в обсуждениях – это поможет набрать бонусные баллы и лучше запомнить материал.

- Сдавайте реферат и домашние задания в установленные сроки; задержка снижает оценку.

- При подготовке к тестированию повторяйте ключевые понятия и модели.

- Результаты текущего контроля учитываются при допуске к зачету; студенты, имеющие задолженности, могут быть не допущены.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые прошли текущий контроль успеваемости, выполнили и защитили все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой